**HUBUNGAN ANTARA KEMAMPUAN MANAJEMEN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

Kurnia Wahidatun Ni’mah  
Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
[Kurnia.nikmah33@gmail.com](mailto:Kurnia.nikmah33@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kemampuan manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah manajeme diri, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara kemampuan manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Subjek yang didapatkan sebanyak 102 mahasiswa. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi *product moment*. Pengolahan data dilakukan dengan meggunakan *software* komputer SPSS IBM 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh r = -0,320 (p=0,001) berarti ada hubungan negatif antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi kemampuan manajemen diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah manajemen diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya, sehingga hipotesis diterima. Nilai R Square pada penelitian ini adalah sebesar 0,1024. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen diri mempunyai sumbangan efektif dalam penurunan perilaku konsumtif sebesar 10,24%, sedangkan 89,76% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Manajemen diri, Perilaku Konsumtif**

**HUBUNGAN ANTARA KEMAMPUAN MANAJEMEN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

Kurnia Wahidatun Ni’mah  
Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
[Kurnia.nikmah33@gmail.com](mailto:Kurnia.nikmah33@gmail.com)

**Abstract**

This research aims to indicate the correlation between self-management ability and students’ consumptive behavior. The independent variables used in this study were self-management, while the dependent variables on this study were consumptive behavior. The hypothesis was negative correlation between self-management ability and students’ consumptive behavior. The methods used in this research are quantitative research methods. Subjects obtained as much as 102 students. It used quantitative descriptive method and the hypothesis examined by product moment. Data processing is done by using computer software SPSS IBM 22. The result showed that the score of r = -0.320 (p = 0.001) it means that there were negative correlation between self-management ability and students’ consumptive behavior. The higher level of self-management ability, the lower consumptive behavior, The lower the self management then the higher the consumptive behavior, therefore, the hypothesis was approved. The value of R Square in this study was 0.1024. This suggests that self-management has an effective contribution in decreasing consumptive behaviour by 10.24%, while 89.76% is influenced by other variables not included in the study.

**Key words: Self-Management, Consumptive Behavior**

**PENDAHULUAN**

Setiap manusia mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda untuk melakukan pemenuhan kebutuhan sehingga membuat manusia melakukan konsumsi terhadap barang dan jasa (Asri, 2012). Manusia merupakan makhluk konsumtif yang mempunyai hobi untuk berbelanja dan menghabiskan banyak uang untuk membeli barang–barang yang mereka inginkan. Hal ini mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan maupun hanya untuk memenuhi hasrat berbelanjanya (Pratiwi & Yani, 2016).

Sekarang ini masyarakat banyak mengalami perubahan seiring perkembangan jaman pada era modern seperti perkembangan teknologi, gaya hidup, ekonomi, bahkan aturan-aturan yang ada (Sipunga & Muhammad, 2014). Menurut Mowen dan Minor, (dalam Azizah, 2017) perkembangan teknologi yang pesat merupakan sumber ide produk baru yang penting dan juga dapat secara dramatis mempengaruhi gaya hidup individu. Teknologi tersebut akan mempengaruhi gaya hidup dan pola konsumsi individu. Dimana gaya hidup tersebut banyak ditemui atau dilakukan oleh mahasiswa. Pusat perbelanjaan seperti di Mall tidak jarang juga terdapat banyak barang-barang diskon, sehingga membuat mahasiswa sering menjadi kurang kontrol terhadap dirinya dan berbelanja secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan maupun kegunaan dari barang-barang yang hendak dibelinya (Astuti, 2013). Mahasiswa tidak lagi mengenali kebutuhan yang sejati namun justru selalu tergoda untuk memuaskan keinginan yang semu agar disebut orang modern (Sumartono, 2002).

Mahasiswa ingin selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga mahasiswa kebanyakan membelanjakan uangnya untuk membeli pakaian (Sumartono, 2002). Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia dalam menjalani hidup. Kebutuhan fashion pada mahasiswa pada saat ini sudah mulai meningkat, perkembangan *industry mode* dan *fashion* di Negara-negara besar seperti Paris, New York, Korea sudah mulai mempengaruhi penggunaan *fashion* di Indonesia (Wardana, 2017). Banyak mahasiswa lebih senang menghabiskan waktu dengan berbelanja ria di pusat perbelanjaan seperti Matahari, H&M, Ramayana dan sebagainya.

Schiffman dan Kanuk (dalam Widyaningrum & Puspitadewi, 2016) menyatakan bahwa dalam membeli pakaian, mahasiswa dipengaruhi motif emosional seperti hal-hal yang bersifat pribadi seperti status, harga diri, perasaan cinta, dan lain sebagainya. Mahasiswa yang dipengaruhi oleh motif emosional tidak mempertimbangkan apakah barang yang dibeli sesuai dengan dirinya, kebutuhannya, kemampuannya dan standar atau kualitas yang diharapkannya. Mahasiswa ingin diakui keberadaannya oleh lingkungan sekitar sehingga perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa hanya untuk bisa diterima dan menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Mahasiswa dapat dikaitkan dengan perilaku konsumtif karena sebagian besar dari mahasiswa belum mempunyai penghasilan sendiri namun banyak yang memiliki pengeluaran cukup besar (Widyaningrum & Puspitadewi, 2016). Seiring dengan hal tersebut, tebentuk perilaku konsumsi yang dapat bekembang menjadi perilaku konsumtif untuk meningkatkan penampilan fisiknya.

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan dalam pemakaian produk yang tidak tuntas. Artinya belum habis pemakaian suatu produk namun telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda. Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yaitu a) Membeli produk karena iming-iming hadiah. b) Membeli produk karena kemasannya menarik. c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. d) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. f) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. g) Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri. h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Umumnya, mahasiswa sedang berada pada tahap pencarian jati diri yang selalu haus dengan kebutuhan-kebutuhan tertentu seperti *fashion* akibat dari pengaruh lingkungan. Mahasiswa membutuhkan sesuatu untuk bisa tampil seperti mahasiswa yang berasal dari keluarga yang memiliki tingkat sosial ekonomi menengah keatas. Selain itu motif dibalik tindakan mahasiswa bisa jadi karena mereka ingin diterima atau bisa masuk dalam kelompok tertentu (Wijayanti & Yani, 2017).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sriatmini (dalam Pratiwi & Yani, 2016) pada mahasiswa di Malang yang menunjukkan bahwa mahasiswa gengsi dan merasa malu jika tidak membeli pakaian yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli pakaian bermerek tersebut sekalipun dengan jalan yang tidak wajar.

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Dewi (2017) pada mahasiswa di Semarang, bahwa mahasiswa dalam melakukan pembelian dan konsumsi barang ingin sekali berbeda dengan orang lain dengan kriteria selalu 53%, sering 23%, jarang 13% dan tidak pernah 10%, sedangkan membeli atau mengkonsumsi barang demi menjaga penampilan diri dan gengsi dengan kriteria selalu 33%, sering sebesar 50%, jarang 10% dan tidak pernah 7%. Mahasiswa juga membeli atau mengkonsumsi barang tanpa mempertimbangkan harga dengan kriteria selalu 37%, sering 27%, jarang 13% dan tidak pernah 23%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran mahasiswa dalam kebutuhan belajar untuk kuliah lebih kecil dibandingkan dengan kebutuhan *fashion*, makan dan transport. Hal ini mengindikasikan keadaan perilaku konsumtif yang bermasalah sehingga menarik untuk diteliti.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terhadap tujuh mahasiwa yang berada di Yogyakarta, Magelang, dan Surabaya melalui percakapan *whatsapp*, 71% mahasiswa membeli pakaian setidaknya satu kali dalam satu bulan. Pada aspek menurut Sumartono (2002) yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah ditemukan bahwa salah satu alasan membeli pakaian karena adanya hadiah yang membuat mereka tertarik. Ditemukan pada aspek kedua membeli produk karena kemasannya menarik bahwa ketika berbelanja mereka akan memilih toko yang menarik dan bersih. Selanjutnya pada aspek ketiga yaitu membeli produk demi menjaga penampilan diri, ditemukan bahwa kebanyakan mahasiswa terbujuk untuk membeli produk demi mengikuti perkembangan model pakaian. Menurut mereka hal ini dilakukan demi menjaga penampilan agar tetap terlihat menarik. Aspek keempat yaitu membeli produk atas pertimbangan harga. Hampir dari semua mahasiswa yang diwawancara mengaku bahwa mereka selalu melihat harga sebelum membeli pakaian. Ketika mereka melihat pakaian yang disukai dan terdapat potongan harga, mereka akan cenderung membelinya walaupun sebenarnya tidak diperlukan, dengan alasan mumpung ada potongan harga.

Aspek lain adalah membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Ditemukan bebrapa diantara mereka menyebutkan bahwa alasan membeli pakaian adalah untuk menunjukkan bahwa mereka mampu berpenampilan seperti mahasiswa yang lain dan tetap terlihat keren dan menarik. Selanjutnya pada aspek membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan ditemukan bahwa mereka akan membeli pakaian ketika tokoh yang diidolakan mengiklankannya. Melihat tokoh yang diidolakan akan menambah ketertarikan dalam membeli barang. Selain itu pada aspek membeli produk dengan harga yang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri. Beberapa mahasiswa mengaku dengan mudah mengeluarkan uang yang tidak sedikit demi membeli pakaian yang menurutnya akan meningkatkan kepercayaan dirinya. Pada aspek terakhir yaitu mencoba lebih dari dua produk sejenis ditemukan bahwa mahasiswa dengan mudah memutuskan mambeli pakaian yang tanpa disadari pakaian dengan model tersebut sudah mereka punyai.

Meningkatnya perilaku konsumtif terhadap pakaian pada mahasiswa merupakan suatu hal yang perlu dikhawatirkan, dan harus diberikan sebuah solusi karena besar pengaruhnya baik terhadap kehidupan diri mahasiswa maupun terhadap masyarakat (Asri, 2012). Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif dapat menggiring mahasiswa hingga terjerumus ke dalam jaringan prostitusi. Perilaku konsumtif juga erat kaitannya dengan kriminalitas atau tindak kejahatan.

Mahasiswa yang terbiasa dengan perilaku konsumtif dikhawatirkan akan terus menjalani pola perilaku yang sama hingga pada saat berada di dunia kerja. Jika tidak terjadi kesesuaian antara pendapatan dan keinginan, maka ada kecenderungan untuk melakukan korupsi (Suminar, 2015). Perilaku konsumtif yang sakit, liar, dan keliru justru bisa mengancam kelancaran mekanisme ekonomi, bahkan bisa membengkak menjadi bencana kesejahteraan individu maupun masyarakat (Sumartono, 2002).

Faktor-faktor perilaku konsumtif menurut Kotler (2009) ada tiga yaitu : a. Faktor Budaya, terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas sosial. b. Faktor sosial, terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. c. Faktor Pribadi, terdiri dari usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, konsep diri dan kepribadian. Peneliti memilih manajemen diri yang diambil dari salah satu faktor perilaku konsumtif yaitu faktor pribadi. Didalam faktor pribadi terdapat faktor kepribadian. Pribadi yang matang dapat memiliki kemampuan untuk mengejar cita-cita, mencapai tujuan dan tanggung jawab. Kemampuan manajemen diri (*Self Management*) sangat diperlukan bagi mahasiswa. Manajemen diri ini menyangkut diri perorangan setiap mahasiswa dan mencerminkan seluruh kepribadiannya. (Jazimah, 2014). Mahasiswa yang kepribadian baik diharapkan dapat berperilaku dengan baik.

Menurut Gie (2004) mengungkapkan bahwa manajemen diri atau *self management* adalah segenap kegiatan dan langkah mengatur dan mengelola diri dengan sebaik-baiknya, sehingga mampu membawa kearah tercapainya tujuan hidup. Gie ( 2004 ) menyatakan ada 4 aspek bentuk perbuatan *self management* dalam belajar bagi mahasiswa yaitu: (1) pendorongan diri (*self motivation*) adalah dorongan batin dalam diri seseorang yang merangsangnya sehingga mau melakukan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan yang didambakan, (2) penyusunan diri (*self organization)* adalahpengaturan sebaik-baiknya terhadap pikiran, tenaga, waktu, tempat, benda, dan semua sumberdaya lainnya dalam kehidupan pelajar sehingga tercapai efisiensi pribadi.), (3) pengendalian diri (*self control*) adalah perbuatan manusia membina tekad untuk mendisiplinkan kemauan, memacu semangat mengikis keseganan, dan mengarahkan tenaga untuk benar-benar melaksanakan apa yang harus dikerjakan di kampus, (4) pengembangan diri (*self development*) adalah perbuatan menyempurnakan atau meningkatkan diri sendiri dalam berbagai hal.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tapi dari merk yang berbeda (Sumartono, 2002). Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas sehingga termasuk kedalam perilaku yang tidak baik. Pada dasarnya manajemen diri merupakan pengendalian diri terhadap pikiran, ucapan, dan perbuatan yang dilakukan, sehingga mendorong pada penghindaran diri terhadap hal-hal yang tidak baik dan peningkatan perbuatan yang baik dan benar (Jazimah, 2014). Mahasiswa yang mempunyai kemampuan manajemen diri baik maka akan memikirkan ulang ketika akan berperilaku konsumtif, sehingga perilaku konsumtifnya menjadi rendah.

Berdasarkan uraian diatas didapatkan rumusan masalah yaitu “Apakah ada Hubungan antara Kemampuan Manajemen Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa ?

**METODE**

Subjek dalam penelitian ini adalah 102 mahasiswa aktif yang berusia 18 sampai 21 tahun. Metode pengumpulan data yang digunakan skala manajemen diri dengan indikator-indikator menurut Gie (2004) yaitu : pendorongan diri (*self motivation*), penyusunan diri (*self organization)*, pengendalian diri (*self control*), pengembangan diri (*self development*). Skala perilaku konsumtif dengan aspek-aspek dari Sumartono (2002) yaitu, a) Membeli produk karena iming-iming hadiah. b) Membeli produk karena kemasannya menarik. c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. d) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. f) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. g) Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri. h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan uji korelasi *product moment* dari Karl Pearson.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis terhadap uji hipotesis diuji dengan menggunakan uji korelasi *Product Moment*, kaidah yang berlaku adalah apabila p < 0,050 berarti ada korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apabila p ≥ 0,050 berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan hasil uji korelasi *Product Moment* antara variabel manajemen diri dengan variabel perilaku konsumtif pada mahasiswa diperoleh r = -0,320 (p = 0,001). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima, bahwa ada hubungan negatif anata kemampuan manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Semakin tinggi kemampuan manajemen diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah manajemen diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan hasil uji korelasi penelitian ini diperoleh sumbangan efektif sebesar 10,24%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan manajemen diri tidak selalu berperan dalam penurunan dan kenaikan perilaku konsumtif, masih ditemukan 89,76% pengaruh faktor lain terhadap perilaku konsumtif. Ini berarti tidak menutup kemungkinan ada faktor lain selain kemampuan manajemen diri yang ikut mempengaruhi perilaku konsumtif.

Hasil penelitian lain yang dapat mendukung penelitian ini yaitu penelitian Bestari (2010) tentang manajemen diri dan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi manajemen diri, maka cenderung semakin rendah perilaku konsumtifnya.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian tentang hubungan antara kemampuan manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Semakin tinggi manajemen diri maka perilaku konsumtif mahasiswa cenderung semakin rendah, sebaliknya semakin rendah manajemen diri maka perilaku konsumtif mahasiswa cenderung semakin tinggi. Besarnya koefisien determinasi (R2) dalam penelitian ini sebesar0,1024. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sumbangan variabel manajemen diri terhadap penurunan perilaku konsumtif sebesar 10,24% pada mahasiswa. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti melalui penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Asri, A. (2012). Pengaruh kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, *1*(1), 197-202

Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *eJournal Psikologi*, *1*(2), 148-156

Azizah, P. N., & Listiara, A. (2017). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui *online shop* pada mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik (FISIP) dan fakultas ilmu budaya (FIB) Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, *6*(1), 332-337

Bestari, Y. (2010). Hubungan antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di sekitar Pasar Godean. *Skripsi*

Dewi, N., Rusdarti., & Sunarto, St. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal Of Economic Education, 6*(1), 29-35

Gie, T.L. 2004. Carabelajar yang baik bagi mahasiswa. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). Manajemen pemasaran, edisi ketiga belas. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lina., & Rosyid, H.F. (1997). Perilaku kondumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika, (4)*, 5-13

Monks, F.J., Knoers, A.MP., & Hadinoto, S.R. (2014). *Psikologi perkembangan pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Pratiwi, I. W., & Yani, R. E. (2016). Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. *JP3SDM*,*4*(1), 11-21

Sipunga, P.N., & Muhammad, A.H. (2014). Kecenderungan perilaku konsumtif remaja ditinjau dari pendapatan orang tua pada siswa-siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology, 3*(1), 62-68.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.

Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia, 4*(2), 145-152

Wardana, R.Y. (2017). Representasi budaya populer dalam mengonsumsi produk *fashion* *bermerk*. *Jurnal Sosiologi DILEMA, 32*(2),43-51

Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N.W.S. (2016). Perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian pada siswa sekolah menengah atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan, 6*(2), 102-106.

Wijayanti, A., &Astiti, D. P. (2017). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, *4*(1), 41-49